

### *Моделі кластерних утворень у гастрономічному туризмі*

Туристичні кластери можуть об'єднувати як незначну, так і велику кількість підприємств туристичного та споріднених і допоміжних секторів економіки. Вони можуть формуватися як з великих, так і з малих фірм у найрізноманітніших поєднаннях і відносинах. Наприклад, кластери в Італії об'єднують переважно малі та середні підприємства, в Шотландії - ядро кластера формують потужні підприємства, інколи іноземного походження.

Дослідження останніх років свідчать, що туристичні потоки зростають у тих регіонах, де, на основі неповторних традицій формуються спеціалізовані інтерактивні туристичні продукти – тури, фестивалі, народні свята.

В Україні заснована достатня кількість унікальних автентичних гастрономічних турів та фестивалів, які створюють передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту гастрономічного туризму на міжнародному та внутрішньому ринках.

Від інших форм організації спільної туристичної діяльності туристичні кластери відрізняються вищим рівнем взаємодії між підприємствами, організаціями, установами, інституціями, що входять до їх складу, варіюючи за формою від цільових об'єднань підприємств туристичного бізнесу до потужних, добре структурованих комерційно-конкурентних утворень. Туристичні кластери об'єднують значно більше коло учасників, включаючи різноманітні інститути підтримки, виробничі та комерційні структури, а також регіональні і національні уряди.

Основною метою діяльності туристичних кластерів є розвиток конкурентних переваг регіону шляхом активізації усіх видів туризму, яка передбачає вирішення наступних пріоритетних завдань:

- створення реального реєстру об'єктів туристичної інфраструктури, щоб інвестори знали, куди вкладати кошти;

Таблиця 1

Особливості кластерної моделі об'єднання підприємств туристичного бізнесу

<b>Некластерні об'єднання підприємств туристичного бізнесу</b>	<b>Кластерна модель об'єднання підприємств туристичного бізнесу</b>
Об'єднувальним є пільговий доступ до туристичних ресурсів	Об'єднувальним є пільговий доступ до туристичних, фінансових, людських та ін. ресурсів
Членство обмежене	Членство є відкрите для всіх бажаючих
Грунтуються на контрактних відносинах	Грунтуються на соціальних цінностях, які заохочують довіру між членами і сприяють розвитку взаємодовіри
Засновані на кооперації	Потребують як кооперації так і конкуренції
Здійснюють розрізнені спільні заходи	Реалізують спільні комплексні програми

- реклама, створення туристичного іміджу регіону;
- створення інформаційної бази регіону з визначенням можливих туристичних маршрутів, місць відпочинку, транспортної системи тощо шляхом формування Інтернет-сторінки, друкованих видань та інформаційних туристичних офісів, бюро, довідок;
- підвищення рівня кваліфікації та інтелектуального потенціалу працівників туристичної сфери;
- розвиток індустрії розваг з врахуванням місцевих особливостей;
- проведення заходів по збереженню і реконструкції пам'ятників архітектури, що мають важливе історичне значення;
- отримання більшого фінансування для розвитку всіх видів туризму з місцевих та державного бюджетів, міжнародних фондів.

Для реалізації кластерної моделі у туристичній сфері необхідно мати наступні елементи:

- туристичні ресурси (природні, історико-архітектурні, антропогенні, подієві, тощо);
- виробників туристичних послуг.